

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL, DAN SOCIAL
MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOMETHINC
Studi Pada Konsumen Generasi Z**

SKRIPSI



Nama : Nabila Khairunnisa

Nim : 43121010292

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL, DAN SOCIAL
MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOMETHINC
Studi Pada Konsumen Generasi Z**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Nabila Khairunnisa

Nim : 43121010292

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Khairunnisa

NIM : 43121010292

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindak plagiat (penjiplakan).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Mei 2025



Nabila Khairunnisa

43121010292

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : NABILA KHAIRUNNISA
NIM : 43121010292
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL, DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC
Studil Pada Konsumen Generasi Z
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 06 August 2025
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Agustus/06/0000000314/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nabila Khairunnisa
NIM : 43121010292
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Studi Pada Konsumen Generasi Z
Tanggal Sidang : 26 Juni 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-07255154



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, label halal dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc studi pada konsumen generasi Z. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sample 180 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner Google Form, dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, label halal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Label Halal, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian, Kosmetik.



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of product quality, halal labels and social media marketing on purchasing decisions of Somethinc products in Generation Z consumers. Sampling in this study used the Purposive Sampling Technique with a sample size of 180 respondents. This study is a quantitative study with a data collection method through a Google Form questionnaire, and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method using SmartPLS 3.0. The results showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, halal labels had a positive but not significant effect on purchasing decisions, social media marketing had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Halal Label, Social Media Marketing, Purchasing Decisions, Cosmetics.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Studi pada Konsumen Generasi Z”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terlaksanannya skripsi ini
5. Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

6. Ibu Dr. Ade Permata Surya, S.Gz., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan seluruh ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
8. Teristimewa, Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Semua saudara, kerabat, dan sahabat seperjuangan penulis Dhiara, Lisa, Ilgy, Kusuma, Arionovan serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulisan dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 19 Mei 2025

Nabila Khairunnisa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Keputusan Pembelian	21
3. Kualitas Produk	25
4. Label Halal	28
5. <i>Social Media Marketing</i>	31
6. Penelitian Terdahulu.....	35
B. Pengembangan Hipotesis.....	40
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	40
2. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	41
3. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	42
4. Kerangka Pemikiran	43

5. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian	45
1. Waktu Penelitian	45
2. Tempat Penelitian	45
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
1. Definisi Variabel	46
2. Operasionalisasi Variabel	48
D. Skala Pengukuran Variabel	51
E. Populasi dan Sample Penelitian	52
1. Populasi	52
2. Sample	52
F. Metode Pengumpulan Data	54
G. Metode Analisis Data	54
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Instrumen	56
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
1. Profil Perusahaan Somethinc	61
2. Visi dan Misi Somethinc	62
B. Statistik Deskriptif	62
1. Deskripsi Responden	63
2. Deskripsi Variabel	65
C. Hasil Analisis Data Partial Last Square (PLS)	72
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	72
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
D. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	89
2. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	90

3. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	93
A. Simpulan	93
B. Saran	94
LAMPIRAN.....	103



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Data Hasil Pra-Survey	12
2. 1	Penelitian Terdahulu	35
3. 1	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	48
3. 2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	49
3. 3	Operasionalisasi Variabel Label Halal.....	50
3. 4	Operasional Variabel <i>Social Media Marketing</i>	50
3. 5	Pengukuran Skala Likert	52
4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	65
4. 4	Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	66
4. 5	Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk	68
4. 6	Hasil Deskripsi Variabel Label Halal	69
4. 7	Hasil Deskripsi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	71
4. 8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	74
4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi I)	76
4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi II)	78
4. 11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	80
4. 12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	81
4. 13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterion</i>).....	82
4. 14	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	83
4. 15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	84
4. 16	Hasil Pengujian Nilai <i>R-Square</i>	85
4. 17	Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	86
4. 18	Hasil Pengujian Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Media Paling Disukai Perempuan Indonesia	2
1. 2	Data Prediksi Pendapatan Produk Perawatan di Indonesia.....	3
1. 3	Data 10 Brand <i>Skincare</i> Terlaris Periode April-Juni 2022	5
1. 4	Data Penjualan Serum Wajah Tahun 2022	6
1. 5	Data 5 Brand <i>Skincare</i> Terlaris pada Tahun 2023	7
1. 6	Data Penjualan Serum Wajah Tahun 2024	8
1. 7	<i>Market Share</i> Somethinc Tahun 2022-2024	8
2. 1	Kerangka Pemikiran.....	43
4. 1	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i>	73
4. 2	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i> (Modifikasi I).....	76
4. 3	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i> (Modifikasi II)	78
4. 4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	103
2	<i>Screening</i> Responden	104
3	Identitas Responden	104
4	Petunjuk Pengisian	104
5	Hasil Olah Data	107
6	Tabulasi Jawaban Responden	114

